

為求多做生意，商戶各出奇謀宣傳產品服務，例如家品店以「最多人選擇的枕頭」、書店以「最暢銷書籍」等作招徠。規管不良營商手法的新規例將於本周五實施，要求商戶須提供數據支持，否則或觸犯新例。但商界早謀各種對策，包括在廣告聲稱前加入「可能是……」的字眼企圖蒙混過關。有律師指出，新例具爭議性，相信需待實施後，經歷訴訟建立案例，一段時間後才能釐清各類情況。海關亦稱因不同個案有其獨特性，須根據個別調查結果及證據才能判斷。

■香港文匯報記者 文森

《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》實施後，涵蓋範圍由商品擴展至服務，廣泛規管市場上各類零售貨品及服務的宣傳聲稱是否真確，打擊主要6種不良營商手法，包括貨品和服務的商品說明、誤導性遺漏、具威嚇性的營業行為、餌誘式廣告宣傳、先誘後轉銷售行為，以及不當地接受付款（見表）。

「最」字吸眼球 須加來源證據

商場、街道上各類型的廣告舉目皆是，例如私人補習社以「最多學生報讀的中文科名師」、「最多學生奪5**的地理科名師」（5**為中學文憑試最高成績級別）、「連續10年貼中試題」等吸引學生報讀課程。以往的書展，參展的出版商或書商常用「最暢銷書」等字眼作宣傳，以冀於「芸芸書海」中吸引讀者注意，而今年書展將於周三展開，展期正值新修訂條例生效時舉行。執業大律師陸偉雄昨日接受記者查詢時表示，商戶日後作出此類廣告聲稱時，必須在廣告內加入資料來源或實質證據以作支持，例如相關統計是來自哪個調查機構等，否則或違反新法例。

加「可能是」或無用 看整體效果

據了解，就算新例是「張良計」，商界亦有「過牆梯」，例如在廣告聲稱前加入「可能是」的字眼，即「可能是最多人選擇的淨水機」等，企圖避過新例。陸偉雄指出，商戶企圖利用灰色地帶，或未能得逞，因為即使表面看似不違法，但法庭處理案件是會考慮整個廣告的宣傳效果，「要睇埋廣告前後文理，即使字詞看似不違法，但若是掛羊頭、賣狗肉，亦可能構成違法行為」。他認為，新例具相當爭議性，預期實施後，需經過執法機關執法、檢控、法庭定罪、上訴等程序，「透過控辯雙方的理據、法官頒判詞後成為案例，愈辯愈明」，才能確定新例的有效程度，以及什麼情況下違例等。

海關：須依個案判斷有否違法

負責新例執法的海關回應查詢時指出，由於每宗案件的情況皆有其獨特性，不能一概而論，所以須根據個別個案的調查結果及相關證據才能判斷有否違法，執法時亦會充分考慮有關人士是否有免責理由。

草案7天冷靜期遭反對抽起

新例旨為加強保障消費者，尤其是美容業經常收取大金額的預繳，一直投訴多多，新例原建議訂下7天冷靜期，讓消費者冷靜三思後有機會取消交易。不過，商界以經營成本大增等理由強烈反對，最終政府提交修例草案時抽起冷靜期的部分。根據新修訂，最高刑罰可判罰款50萬元及監禁5年。而由於醫療、法律服務、金融、物業交易等已有相關業界監管，所以不會納入新例規管範圍。執法方面，海關主力負責新增罪行的執法工作，而與電訊及廣播牌照持有人持牌服務有關的營銷行為則由通訊事務管理局負責。海關及通訊局今日就《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》舉行記者會簡介執法詳情。

商戶宣傳產品「最」字隨時出事

不良營商新例周五實施 律師：具爭議待案例釐清



■新商品說明條例將於周五實施，要求食肆及商戶的廣告字眼須提供數據支持，否則隨時惹官非。圖為茶樓一景。 資料圖片



■不少補習天王都標榜自己是奪A之冠吸金，但在新例下，有關字眼須加入實質證據支持。 資料圖片



■新例實施後，凡出售二手或翻新手機，須清楚列明有關資料。 資料圖片



■私營骨灰龕場職員若向一名剛喪親的親屬施壓，促使購買服務屬違法例。 資料圖片

《商品說明條例》修訂例子

●貨品和服務的說明

例子：商戶聲稱某產品缺貨，而它聲稱是唯一有存貨的供應商，但實情是市場上的供應量仍十分充足。

●誤導性遺漏

例子：某商戶出售一批二手或經翻新智能電話，但看來像全新的。而售價與同一型號的全新電話相同，但該商戶沒有向消費者披露並非全新貨品。在這種情況下，智能電話是二手或經翻新的事實或是一般消費者需要的重要資料。遺漏該等資料很可能觸犯誤導性遺漏的罪行。

●具威嚇性的營業行為

例子：私營骨灰龕場職員向一名剛喪親的親屬施加壓力，促使他購買較昂貴的殯殮套餐，以免為他和家人帶來惡運。該職員利用該喪親親屬的不幸，在該親屬感悲痛時影響他的決定，或構成使用威迫手段或施加不當影響。

●餌誘式廣告宣傳

例子：某航空公司以大幅低於市價的價格出售某航線機票，優惠在不同的媒體宣傳了一星期，最終出售逾4,000張機票，但原來該公司只能提供500個機位。因為沒有合理理由相信該公司能在合理期間內，按優惠價供應合理數量的機票，該公司可能觸犯餌誘式廣告宣傳的罪行。

●先誘後轉銷售行為

例子：某美容院以超低價宣傳出售一台電視機，但他其實並無出售的意圖，只想以此誘使消費者，以便推銷另一型號的電視機。一名顧客被這項優惠吸引，並向商戶訂貨，但該商戶拒絕接受訂單，繼而向顧客推介另一型號的電視機。

●不當地接受付款

例子：某美容院以優惠價推銷療程，但該美容院沒有足夠的專用儀器及曾受訓練的美容師提供有關服務。當顧客要求服務時，該美容院只能在6個月後（不合理時間）提供有關服務。

資料來源：《2012年商品說明（不良營商手法）（修訂）條例》執法指引最終擬稿

製表：香港文匯報記者 文森

落嘴頭游說健身 或不涉「威嚇性營業」



■美容推銷員只是落嘴頭游說顧客購買美容產品，不涉威嚇性營業。 資料圖片



■不少人都曾被游說購買健身訓練產品，惟推銷員僅提供資訊，據新例未必構成違規。圖為一市民使用健身儀器。 資料圖片

不少人都曾被游說購買美容療程、健身訓練等預繳式服務，合約動輒長達數年。本報記者早前到灣仔一間健身中心詢問入會詳情，其間被安排進行身體測試，兩名自稱「私人健身教練」的人士不斷以分析結果游說記者入會做運動及聘請私人教練指導，包括指女記者「手毛長反映男性荷爾蒙偏高」、以不明來歷的人體圖指記者頸椎前傾等。但有律師指出，相關人士只是向消費者提供較多資訊，未必構成新例下「具威嚇性的營業行為」。

記者進入健身中心後詢問使用健身設施的月費計劃，但職員安排記者進行身體測試，其後有兩名自稱「私人健身教練」的人士拿一張「身體測

試結果」向記者分析，指年輕記者患骨質疏鬆、骨骼發展有問題致高低肩，「要面對問題，做運動去解決」，又指記者再不做運動，情況會愈來愈嚴重，「10年後會駝背」，不停游說記者入會做運動及聘請私人教練指導。

屢稱需時考慮 照被推銷句鐘

另外一名職員要求記者繳交入會費999元，另外簽約4年（當中1年為附送），月費為799元，總額約2.9萬元須於首年內全數繳付，而私人教練的收費為每小時600元，每星期兩小時，「最少要維持半年」。記者多次稱需時考慮及認為合約年期過長，職員屢次改動收費及合約年期，歷時逾1

小時，記者最後堅拒簽約後離開健身中心。

無扣卡封場 衰「耳仔軟」無法

執業大律師陸偉雄昨日回應有關個案時指出，這會否構成違法視乎營業員游說的程度，而今次個案的相關人士只是向記者「提供多啲資訊」，營業員「落嘴頭」游說不算違法，而其間職員亦無扣起事主的信用卡等個人證件，現場亦非封閉空間，倘消費者（即記者）因「耳仔軟」而購買健身計劃，新例實施後，商戶亦未必違法。海關接受查詢時亦回應稱，對於相關銷售手法，執法人員要作實際個案分析，根據調查結果及相關證據才能判斷。

■香港文匯報記者 文森

餐牌不提收茶芥

食肆恐「踩地雷」



■修訂後，食肆餐牌須列明所有收費，否則隨時犯上「誤導性遺漏」。圖為一食肆門外餐牌。 資料圖片

香港文匯報訊（記者 文森）新修訂的《商品說明條例》針對6種不良營商手法，其中以「誤導性遺漏」最普遍，即商戶未能就產品向消費者提供充分的重要資料，足以影響消費者決定。但何謂「重要資料」？倘食肆按人頭收茶芥費但餐牌隻字不提，飯前小吃如酸菜、花生未經食客同意便奉上兼收費，即使十元八塊一小碟加埋埋隨時貴過一碟主菜，這些又算否「重要資料」？飲食業界稱，為免「誤觸地雷」犯法，他們會清楚列明所有收費，避免引起爭執。

倡列明「所有」收費免生誤會

消委會去年接到有21宗涉及花生等飯前小吃投訴，今年截至6月就收到6宗，有投訴人不滿光顧火鍋店的任食火鍋，並加錢「任飲汽水」，埋單時卻被迫付茶芥費；亦有投訴人表示，即使向食肆表明不要飯前小吃，侍應稱「不吃也要收費」。餐務管理協會主席楊位醒接受記者查詢時表示，由於修訂後的《不良營商條例》生效在即，為免「誤觸地雷」犯法，他們會特地提醒所有同行有關的注意事項。他表示，由於餐飲業同樣是服務行業之一，新例下不能「置身事外」，屆時希望同行經提醒後，可以盡快在餐牌上清楚列明「所有」收費，避免與客人在結賬時產生誤會。

「一時間點改？」盼設「緩衝期」

不過，他承認在新修訂生效後，業界營運或會面對困難，因現有營運方式維持已久，「一時間你教行家點改？」希望當局能考慮業界難處，特設「緩衝期」予部分有需要的食肆。